

热点透析 Hot Dialysis



■ 李舒 王晓洁 周劫人

壮士断腕式的主动革新,对任何个人或组织来说都是痛苦的,而张荣耀就真的这么干了。作为一个浸淫传统洗衣行业的“60后”,他在不惑之年抛弃了荣昌品牌连锁经营的商业模式,创立 O2O 上门洗衣服务平台“e 袋洗”。这么一折腾,钱是越挣越少,但张荣耀觉得“值”,因为“不想成为被温水煮死的青蛙”。

“我在风口等了 14 年”

“这是我们最新的‘袋王’,花 99 元洗了

对话张荣耀

O2O 三要素:省钱、省力、有趣

■ 李舒 王晓洁 周劫人

“我们也是媒体,e 袋洗微信账号有 50 万用户。”看到记者,e 袋洗创始人张荣耀脱口而出。他的谈话中,互联网思维无处不在。他说,e 袋洗只是荣昌 O2O 的开始,他希望能“更伟大的事情”,像腾讯、苹果那样做出自己的“生态系统”。

记者:e 袋洗解决了哪些传统行业的痛点?为什么您坚信它是有市场的?

张荣耀:痛点太多了,主要是用户体验不好。客户还没进门,就跟洗衣店吵起来了,比如没有停车位、被交警贴条、下雪天在门口摔跤了等等。而且传统洗衣店营业时间跟客户上班时间基本一致,即便加班加点,也没法满足所有客户取送时间的需求。

但移动互联网解决了这些痛点。你不用出门,手机下单,48 分钟内就有人上门取衣服,衣服洗干净送你家去。这让用户感到省钱、省力。我们还强调娱乐化,让用户感到有趣,比如评选年度“袋王”,用特斯拉接送。

记者:娱乐化对用户来说很重要吗?

张荣耀:我们也做了很多研究,“有趣”是营销的重要元素,送给用户超出预期的惊喜,是移动互联网服务相较于传统服务的特点。

签约“暖男”黄磊 新飞电器开启品牌升级战略

■ 本报驻河南首席记者 李代广

12 月 9 日,以“智鲜风尚,天下鹰扬”为主题的新飞 2015 年营销峰会在河南郑州拉开帷幕,新飞全新新品盛妆亮相,力度空前,上演了一场现代白色家电的科技盛典。

在营销峰会上,河南新飞电器有限公司与著名影视明星、“暖男”黄磊签署了代言协议,掀开了新飞电器品牌全面升级崭新的一页。

传递品牌新内涵

近年来,从《妈妈咪呀》到《爸爸去哪儿》,再到《非诚勿扰》嘉宾,影星黄磊的“居家必备”暖男形象风靡全国。

对于一直致力于冰箱技术升级改造的新飞电器来说,温暖、可靠是最突出的品牌个性。新飞可以说是家电行业的“暖男”——不张扬,不浮夸,稳健务实,给予消费者最贴心的呵护。

谈及签约黄磊,新飞电器相关负责人说,“在《爸爸去哪儿》中,拥有一手好厨艺的黄磊,在家庭中的角色就是一把撑起全家的保护伞,赢得了超高人气,从而成为公认的国民暖男。新飞电器也正是发现了这一契合点力邀黄磊做为新飞品牌代言人。”

黄磊“暖心、贴心、安心”的暖男特质,正是新飞“专业、体贴、可靠”的品牌个性的解码与对标。事实上,签约暖男黄磊,新飞传递的不仅仅是产品的“暖心”特征,更重要的是新飞品牌对消费者生活方式上的温暖。

占领多维制高点

签约暖男黄磊,仅仅是新飞围绕品牌、渠道、研发等多个维度全面升级的内容之一。

从去年开始,新飞品牌连续两年亮相央视新闻联播后的黄金档。今年,新飞品牌进入

“e 袋洗”创始人张荣耀:那只跳出温水的青蛙

100 多条丝巾!”在“e 袋洗”位于 798 的工作区楼道里,可以看到即时更新的“袋王”记录。

“袋王”源于“按袋付费”的经营思路:送用户一个帆布袋,装多少衣服都是 99 元洗一袋,谁装的最多、最实惠,谁就是“袋王”。用户也可自行选择按件清洗,所有服务都是上门收衣送衣,免运费,48 分钟内取衣,72 小时内送回。自去年底上线,“e 袋洗”用户已突破 50 万,北京地区洗衣量达 2 万件次。

清晰的服务流程,简洁的商业模式。为了这一切,张荣耀准备多年。“我在风口等了 14 年。”张荣耀说,2000 年,荣昌洗衣就开始摸索从 B2B 转向 B2C,然而,直到移动互联网的“风口”来临,才让他感觉“时机到了”。

荣昌洗衣成立于 1990 年,到 1999 年,已从家庭作坊发展成全国连锁的洗衣服务企业。正是公司如日中天时,张荣耀嗅到了危机,“生意不以用户为中心了,玩法肯定不对。”

张荣耀决定转型。2000 年,荣昌与新浪联手推出网上洗衣,直接面向用户,效果不佳,这让他意识到,PC 时代布局生活服务业并不合适。2004 年,他开始推行酝酿已久的“一带四+联网卡”模式:在 1 家荣昌洗衣店周边,由总部设立 4 个收衣点,将衣服交给洗衣店清洗,消费者用一张联网卡就能在荣昌所有门店使用。

由此,连锁洗衣模式发生了改变,用户量

剧增,用户能够在线购卡、线下消费,荣昌由此迈出 O2O 第一步。

变革之后,荣昌从 B2B 转向“B2B+B2C”,公司短期收入受损,而由此打造的线上互动模式以及总部的强大话语权,为“e 袋洗”的出现提供了土壤。

充满危机感的行动派

在建立“一带四+联网卡”模式后,张荣耀又要开启“二次转型”。

张荣耀说,移动互联网的“点对点”特征正好能助力他实现期盼已久的 B2C,如果不改革,传统洗衣业早晚會活不下去。2013 年年底,“e 袋洗”在微信平台上线,为优化产品,他试图从百度 O2O 部门挖来 26 岁的陆文勇。二人第一次见面就聊了 7 个小时。陆文勇后来到“e 袋洗”出任 CEO。

14 年前的 B2C 梦想如今落地。今年 7 月,“e 袋洗”获得腾讯 2000 万元人民币投资,近日,又获得来自经纬创投和海纳中国创投的 2000 万美元融资。

一直在放弃

被问及创业最艰难的事时,张荣耀说了两个字:放弃。



网的公司来投资,我们理念是一致的,双方的团队高兴,用户也爽。

拿到经纬和海纳的新一轮投资,最核心的还是要提升用户体验。同时,外地也开始 e 袋洗的战场开拓,有了北京的成功模式,相信外地会更快地占领主战场。此外,移动互联网人才招募也很重要,有人才才能把活干得更好,才能更好地为用户服务。

记者:谈谈您的平台梦吧,为什么将来“不只洗衣服”,还想做什么?

张荣耀:我们在北京的富力城开了一个生活体验馆,把线下店变成了居家服务站,可以修拉链、织补衣服、改衣服,这是很难被移动

1990 年,张荣耀从北京轻工业学院(现北京工商大学)毕业,留在校办工作,但不久他就决定放弃“体制内”生活。

“一个月 70 多块钱,自己要吃要喝,老家还等着寄钱。”张荣耀回忆,当时给女朋友买了一条十几块钱的项链做礼物,而周围的朋友告诉他,很多女孩都有 1000 多块的项链,他大吃一惊,决定辞职下海,与兄弟一起创业,做起皮衣清洁生意。

正值上世纪 90 年代初的“皮衣热”,张荣耀的生意越做越大。但他没有随波逐流“凑合洗洗”,而是主动寻找专业洗衣设备。想到意大利是皮衣之都,他就给意大利驻华使馆写信、打电话,用笨拙的方法联系到意大利企业伊尔萨,荣昌是进口伊尔萨设备的首家中国企业。

至今,他都会被亲人指责“不过舒服日子”。比如,放弃炒房、炒股,因为他的经营理念是“不投机”,同时希望给亲戚的是“渔”而非“鱼”。在北京打拼的 20 多年间,荣昌解决了上千乡亲的就业,也培养了一批洗衣行业的技术行家里手。

在不断的放弃中,荣昌“生”下了“e 袋洗”。许多人并不知道,洗衣行业毛利高达 80%。至于公司盈利状况,张荣耀不愿透露。但他说,以后肯定不只洗衣服,“好比苹果公司,不只造手机,而是开启了移动互联网时代。”



互联网替代的。我们通过线上的服务方便顾客洗衣,线下的店要让用户获得更广泛的、更好的服务体验。具体的构想,现在不便透露。

记者:很多传统行业希望借助互联网实现二次飞跃,有什么建议?

张荣耀:首先,有胸怀。以前积累的一些经验、观念都要抛弃。其次,要不惜一切代价找到靠谱的搭档。移动互联网的用户主要是年轻人,传统行业的企业家就要让年轻人去干活、设计符合年轻人需求的产品。第三,一定要寻求资本的支持。在互联网激烈竞争下,传统行业的资本禁不住竞争对手数十亿地去争夺市场。

[上接 P1]

把握经济发展新常态 创新转型升级新路径

相府药业最新开发的口腔速溶条片引进德国最先进的膜剂生产技术,居国际领先水平。中道新能源公司建成全省最早的新能源锂电池生产线,主要生产的产品有 18650 电池、笔记本电脑派克电池、矿用电池、电动车电池和手机电池等 5 大类 20 多个电池产品广泛应用于储能、电动数码、电动工具、军用装备等行业领域。中道和金匠园区主要生产汽车动力电池,生产的汽车用大容量高比能磷酸铁锂电池,获得国家技术专利,续航能力可达 300 公里。深圳中德世纪新能源研发中心主要从事纯电动客车、混合动力客车及其驱动系统总成、管理系统、电动空调、充电设备等相关技术的研发和设计。

特别值得张家胜骄傲的是自主研发生产的纯电动客车,开创了中国农民制造新能源汽车的先河,为皇城村创出了一条发展高新技术产业的新路径。他始终认为,从资源环境约束看,过去能源资源和生态环境空间相对较大,现在环境承载能力已经达到或接近上限,必须顺应人民群众对良好生态环境的期待,推动形成绿色低碳循环发展新方式,营造低碳型环境,自主研发生产的纯电动客车就是发展趋势。太原宇航客车制造公司是并购国营山西宇星客车厂组建的,不仅保住了山西省唯一一个客车生产资质,还在太原市高新技术开发区占地 500 亩、投资 15 亿元兴建新能源客车生产基地,形成新能源产业研、产、销一条龙完整布局。填补了山西省新能源汽车制造的空白。并在深圳成立了新能源研发中心,现在已经进入整车制造,实现了批量生产,在 2013 年全国(深圳)首届城市公共汽车节能大赛上一举夺魁,获得金奖,与比亚迪齐名。5 月 22 日又

玩转 O2O, 功夫在线下

■ 黄渊普

O2O 火了。有多火?瞧瞧这段子:一个学校旁煎饼小摊阿姨手机 QQ 响不停,她建了 Q 群,学生们在群里留言下单,她根据 QQ 签名做好标签,学生下课交钱取货。你感叹她与时俱进,她说自己在玩 O2O!

没错,煎饼阿姨确实在做 O2O,所谓从线上到线下,英文叫 Online To Offline,洗衣行业巨头荣昌创办的 e 袋洗也是在做 O2O 的生意。近期,O2O 行业融资成功的消息接二连三,移动互联网的浪潮,将不断激起传统行业转型的 O2O 浪花。

不过,玩好 O2O 却没有这么简单。如果算一算倒掉的 O2O 网站,随便掰掰手指头,就能列举出不少,比如一大批风光一时的团购网站。

为什么 O2O 看上去很美,做起来却这么难?因为,O2O 不同于传统的电子商务。传统电子商务的要点在于把实物商品搬到线上,而 O2O 则侧重于服务业,更强调线上线下的配合。对于商品的管理,是容易量化、标准化的,商家和客户甚至都不必见面。而诸如餐饮、洗衣、洗车、家政、美甲这一类服务,都需要商家和客户直接打交道,交易流程更为复杂,管理所面临的挑战更大。

做好 O2O 虽难,却是各行各业的大势所趋。对于 O2O 创业者,笔者有三点建议。首先,在 O2O 的两个“O”里面,做好后面的“Offline”更重要,它是决定 O2O 能否落地、能否获得用户认可的关键。对于 O2O 创业者来说,与其一开始就想着大平台、轻模式,不如从线下入手,做得足够深入、足够垂直。

其次,布局 O2O 不能急于求成。O2O 是撬动传统行业的一种革命性力量,需要结构性改革,颠覆以往的交易流程、商业模式,要想短时间看到成效几乎不可能。目前行业里很多具有代表性的 O2O 公司都已打拼多年,长期积累才使它们成为行业领先者。

第三,融资后的 O2O 公司要低调务实。O2O 创业者要认清事业的长期性、艰巨性。融资当然可以加速创业进程,但低调务实地做好基础工作更为关键。

可以说,O2O 是移动互联网结合传统产业所产生的“化学反应”,它的效力足以激发起下一波企业 IPO 浪潮,可以预见,未来 O2O 行业将诞生 2 至 3 家 100 亿美金级别的上市公司,以及大量 10 亿美金级别的上市公司。这些上市企业,必将从当今“接地气”、务实的 O2O 公司中诞生。(作者为亿欧网联合创始人、O2O 分析师)



在北京获得最佳新能源客车奖。过几天,首批生产的 20 辆 10.5 米新能源纯电动公交车就要交付晋城市公交公司投入运营,让本地人们率先享受绿色出行。

张家胜介绍,纯电动客车最核心的东西是动力电池,他们研发的动力电池获得国家多项技术专利,解决了因动力锂电池能量密度低、续驶里程短、充电不够快,导致新能源汽车迟迟不能推广的关键难题。他认为这就是创新,从生产要素相对优势看,经济增长必须让创新成为驱动发展新引擎,才能推动转型升级。接下来,新能源电动客车的生产销售才是重中之重,要紧的是思想的升级换代了。

张家胜总结说,皇城相府企业集团和皇城村的经济发 展,完全得益于持续不断的创新转型。皇城村也先后获得全国先进基层党组织、全国文明村、中国历史文化名村、全国文化产业示范基地、全国新农村建设明星村、中国十佳小康村等 20 多项国家级荣誉和 100 多项省市县荣誉,成为全省、全国的先进典型。

站在新起点,张家胜还展望了“十三五”实现“双百亿”的美丽皇城梦,即到 2020 年全村全集团实现总资产 100 亿元,年综合收入达到 100 亿元,建设一个更加富裕、文明、和谐的人文皇城、科技皇城、绿色皇城、幸福皇城、美丽皇城。

